

ABSTRAK

Digitalisasi sudah semakin berkembang dan salah satunya adalah kemunculan media sosial Instagram. Media sosial Instagram digunakan oleh pelaku usaha mikro untuk memenuhi kebutuhannya (*uses and gratification*) yaitu dalam mencari edukasi bisnis usaha mikro. Salah satu akun yang menyebarkan edukasi bisnis usaha mikro adalah @sahabat_umkm. Tujuan dari penelitian ini untuk mengukur seberapa besar pengaruh pemanfaatan media sosial Instagram @sahabat_umkm: studi *uses and gratification* sebagai upaya edukasi pelaku usaha mikro. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah kuantitatif kausal. Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis korelasi *pearson product moment*, uji-t, uji regresi linear sederhana, dan uji koefisien determinasi. Data dikumpulkan oleh peneliti secara *online* menggunakan kuesioner dan dibagikan kepada 399 responden *followers* Instagram @sahabat_umkm. Teknik *sampling* yang digunakan peneliti adalah *Nonprobability Sampling* jenis *Sampling Purposive*. Hasil penelitian menunjukkan besaran pengaruh pada variabel pemanfaatan media sosial Instagram @sahabat_umkm terhadap variabel upaya edukasi pelaku usaha mikro sebesar 22,2% sedangkan 72,8% dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini.

Kata Kunci: UMKM, Bisnis Usaha Mikro, Edukasi, Instagram, *Uses and Gratification*.